



► Column Wim Lagae ◀

# HUZARENSTUK

**D**e kerstkalkoen moet een wrange nasmaak gehad hebben ten huize van Iwan Spekenbrink.

De Nederlandse manager van wielerploeg Giant-Shimano belandde in enkele weken van de hemel in de hel. Sinds 2012 voer hij met titelsponsor Argos in veilige financiële wateren. Het kon niet op toen in oktober 2014 een onverwacht beter bod binnenrolde. Een – afhankelijk van de bron – ‘Amerikaanse levensverzekeraar’/‘charity institution’ wilde de sponsoring van het team van Marcel Kittel en John Degenkolb overnemen tot eind 2016. *An offer you can't refuse?* Spekenbrink dook als een volleerde sprinter in het gat. De aflossing kwam business-to-businessbedrijf Argos niet slecht uit. Argos slaagde er nooit in om via het wielerteam te communiceren dat het ook ambities heeft op de consumentenmarkt en was immers opgekocht door een Russisch investeringsfonds dat wielersponsoring ter discussie stelde. In een wollig persbericht beklemtoonde het bedrijf de vele sportieve successen en wenste het de ploeg en de nieuwe sponsor verdere sportieve successen. Ook Spekenbrink was gretig om te communiceren dat hij de nieuwe sponsor dankbaar was voor het vertrouwen in

zijn organisatie, visie, atleten en staf. Tegelijk kondigde hij een nieuwe *look and feel* aan. Tegen de klok zou ongeveer 400.000 euro geïnvesteerd zijn in rennersuitrusting, huisstijl en belettering. De persconferentie met het heuglijke nieuws mocht eraan komen.

Tot de sponsor een spooksponsor bleek. Net voor de deadline van de internationale wielerveding op 1 december stuurde de nieuwe sponsor doodgewoon een schrijven dat de deal niet doorging. Wordt juridisch vervolgd! Wie had de *mission impossible* van Spekenbrink willen overnemen? En koortsachtig prospects benaderen én geen onrust stoken tussen staf en renners. In de kerstperiode realiseerde Spekenbrink een huzarenstuk. In tegenstelling tot Team Blanco, de opvolger van Rabobank, kon hij de Taiwanese fietsenreus Giant wél overtuigen om titelsponsor van zijn team te worden en de financiële engagementen te waarborgen. Ondertussen raast Giant-Shimano als een trein door het voorjaar. In tegenstelling tot eerdere communicatie bleek dat zowel Giant als Shimano zich voor vier jaar als materiaalsponsor engageerde, maar slechts tot eind 2014 als titelsponsor. De lopende onderhandelingen



om de titelsponsoring open te breken zouden een fluitje van een cent moeten zijn. Als marktleider heeft Giant wél de marketing- en sponsorbudgetten om haar frames aan de wielervan te showen. Shimano is nu een decennium cosponsor van het Nederlandse team en is materiaalsponsor van nog negen andere WorldTourteams. De vele successen en de focus op talentontwikkeling en innovatie van renners ondersteunen de onderhandeling. Al zal Giant *not amused* geweest zijn met de woeste Marcel Kittel die tijdens de Tirreno-Adriatico zijn Giant tegen het wegdek smeet. Excuses met bloemen voor zijn geliefde volgden via Twitter een dag later: “I’m very sorry for throwing my beloved Giant Propel on the ground. I still love it! We’re just having an intense

## Net voor de deadline stuurde de nieuwe sponsor doodgewoon een schrijven dat de deal niet doorging

relationship.” Professionele *wiedergutmachung*, die echter geen indruk maakte op mijn fietscopains: “Gemakkelijk als je zo veel fietsen ter beschikking hebt” en “De weggegooide fiets zal wel op het containerpark liggen”. Volgende keer eerst tien maal diep in- en uitademen, Marcel!

*Dr. Wim Lagae is hoofddocent sportmarketing aan de KU Leuven.*